

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PASIEN RUMAH SAKIT

Badaruddin Nurhab

Dosen Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Email: badarudinnurhab@gmail.com

Diterima: Juni 2018	Direvisi : Agustus 2018	Diterbitkan: Desember 2018
---------------------	-------------------------	----------------------------

Abstrak

Sektor jasa, terutama pelayanan kesehatan mengalami pertumbuhan yang signifikan dan memiliki prospek yang baik. Kondisi ini membuat persaingan menjadi lebih ketat. Setiap rumah sakit harus dapat menggunakan berbagai cara untuk menarik pasien melalui kualitas layanan. Masyarakat cenderung menuntut layanan kesehatan yang cepat dan lebih baik. rumah sakit menyadari hal itu, sehingga mereka harus mencapai itu kepuasan pasien dalam berbagai strategi untuk mempertahankan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pasien. Penelitian ini dilakukan di Rumah M. Yunus Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Rumah M. Yunus Bengkulu. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 orang. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan diketahui bahwa variable kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Kata kunci : kualitas layanan, harga, kepuasan pasien

A. Pendahuluan

Kesehatan merupakan keinginan dan kemauan semua manusia. Tidak hanya oleh individu, tetapi juga oleh keluarga,

kelompok dan bahkan kelompok masyarakat. Menunjang kesehatan pada setiap masyarakat yang optimal, dilakukan berbagai upaya dan harus dilaksanakan, seperti penyelenggaraan pelayanan kesehatan umum. Penyelenggaraan pelayanan kesehatan untuk masyarakat umum di tingkat desa, adanya Poliklinik Desa (Polindes) dan Puskesmas Pembantu (Pustu) kemudian ditingkat Kecamatan di Indonesia adalah melalui Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) yang merupakan unit organisasi fungsional Dinas Kesehatan Kabupaten/ Kotamadya dan diberi tanggung jawab sebagai pengelola kesehatan bagi masyarakat tiap wilayah kecamatan dari kabupaten/ kotamadya bersangkutan. Dan di tingkat Daerah adanya Rumah Sakit Umum Daerah.

Setiap tingkat pelayanan kesehatan yang ada di desa sampai kabupaten/kota harus memperhatikan kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan kesehatan perlu ditingkatkan karena kebutuhan masyarakat atau perorangan terhadap kesehatan yang sesuai dengan standar dengan pemanfaatan sumber daya secara wajar, efisien, efektif dalam keterbatasan kemampuan pemerintah dan masyarakat, serta diselenggarakan secara aman dan memuaskan sesuai dengan norma dan etika yang baik. Pelayanan kesehatan, baik di Polindes, Puskesmas, rumah sakit, atau institusi pelayanan kesehatan lainnya, merupakan suatu sistem yang terdiri dari berbagai komponen yang saling terkait, saling tergantung, dan saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Kualitas pelayanan kesehatan di puskesmas dan rumah sakit adalah produk akhir dari interaksi dan ketergantungan aspek pelayanan (Ningrum, 2014).

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu layanan produk dengan harapannya yaitu kepuasan. Kepuasan pasien ini dapat tercipta melalui pelayanan yang baik oleh para tenaga medis yang ada di instansi kesehatan. Dengan demikian bila pelayanan kurang baik maka pasien yang merasa tidak puas akan mengajukan komplain pada pihak rumah sakit. Komplain yang

tidak segera ditangani akan mengakibatkan menurunnya Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien.

B. Tinjauan Tentang Kualitas pelayanan

Pelayanan yang baik seharusnya memiliki kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan masyarakat, sehingga masyarakat senantiasa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sebuah institusi pemerintah atau lembaga-lembaga tertentu. Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹ Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.²

Menurut Tjiptono pengertian kualitas terdiri dari beberapa poin, diantaranya:

1. Kesesuaian dengan kecocokan/ tuntutan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan/ penyempurnaan berkelanjutan
4. Bebas dari kerusakan/ cacat
5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat Melakukan segala sesuatu secara benar dengan semenjak awal sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.³

Terdapat kelima elemen kunci itu adalah sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangible*). Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Indikatornya mencakup: (a) Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h.83

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...* h.83

³ Fandy Tjiptono, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 2

- nyaman, (b) Gedung/kantor yang memadai dan nyaman dan (c) Profil petugas yang ramah dan rapih .
2. Reliabilitas (*reliability*) Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan, Memuaskan. Dan indikatornya mencakup: (a) Ketepatan pelaksanaan layanan, (b) Kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur dan (c) Konsisten tidak pilih kasih.
 3. Daya tanggap (*responsiveness*) Yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah/pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
 4. Jaminan (*Assurance*) Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan (bebas dari bahaya resiko dan keraguan), indikatornya mencakup: (a) Kemampuan petugas, (b) Keramahan petugas, (c) Kepercayaan pelanggan dan (d) Keamanan pelanggan
 5. Empati (*emphaty*) Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Indikatornya mencakup: (a) Kemudahan dalam memperoleh layanan, (b) Kejelasan informasi, (c) Pemahaman pelanggan.⁴

C. Tinjauan Tentang Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien adalah sejauh mana manfaat sebuah pelayanan yang dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pasien. Menurut Tjiptono, kepuasan pasien adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk atau jasa relatif bagus atau jelek, atau apakah produk atau jasa cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakainnya.⁵ Kepuasan pasien tercipta dari pengalaman pasien di masa lalu, dimana saat pasien berkunjung ke puskesmas dan merasakan sendiri bagaimana pelayanan yang di berikan kepada pasien tersebut.

⁴ Fandy Tjiptono, *Service Manajemen ...*, h. 29

⁵ Tjiptono, *Service Manajemen ...*, h. 24

Indikator kepuasan pelanggan atau pasien, antara lain: (a) Pelayanan sesuai dengan harapan. (b), Kesiapan pasien untuk merekomendasikan kepada orang lain, (c) Puas atas kualitas pelayanan yang sudah diberikan dan (d) keinginan kembali menggunakan jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Selanjutnya Umar, bahwa seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen, menurut Tjiptono, faktor-faktor penilaian kepuasan, yaitu:

1. Kepuasan kehandalan yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan-atas kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Kepuasan responsif yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas kemampuan membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat.
3. Kepuasan keyakinan yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
4. Kepuasan emphati yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi yang tinggi bagi pelanggan.
5. Kepuasan berujud yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas penampilan fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.⁶

D. Tinjauan Tentang Harga

Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.⁷

⁶ Tjiptono, *Service Manajemen ...*, h. 24

⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: IKAPI. 2014), h.272.

Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antar pembeli dan penjual.

Secara historis harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan harga tertentu. Pada mulanya harga menjadi faktor penentu, tetapi dewasa ini faktor penentu pembelian semakin bervariasi, sehingga faktor selain harga juga banyak berperan dalam keputusan pembelian. Semua variabel yang terdapat pada bauran pemasaran merupakan unsur biaya kecuali variabel harga yang satu-satunya merupakan unsur pendapatan (revenue).

Selanjutnya Tjiptono menyatakan bahwa harga mempunyai dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu: pertama, peranan Alokasi yakni fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dan kedua, peranan informasi yakni fungsi harga dalam membidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas.⁸

Perusahaan harus juga mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harganya. Menurut Kotler dan Keller, dalam menetapkan harga ada beberapa langkah atau prosedur, yaitu:

- a. Menentukan Tujuan Harga Mula-mula perusahaan memutuskan dimana perusahaan ingin memposisikan penawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah perusahaan menetapkan harga.
- b. Menentukan Permintaan Setiap harga akan mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan.

⁸ Tjiptono, *Service Manajemen ...*, h.152

- c. Memperkirakan Biaya Permintaan merupakan batas atas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk produknya. Biaya menetapkan batas bawah. Perusahaan ingin mengenakan harga yang dapat menutupi biaya memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk, termasuk tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan resikonya. Tetapi, ketika perusahaan menetapkan harga produk yang dapat menutupi biaya penuh mereka, profitabilitas tidak selalu menjadi hasil akhirnya.
- d. Menganalisis Biaya, Harga dan Penawaran Pesaing Dalam kisaran kemungkinan harga ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, perusahaan harus memperhitungkan biaya, harga, dan kemungkinan reaksi harga pesaing. Mula-mula perusahaan harus mempertimbangkan harga.⁹

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru. Langkah prosedur untuk menetapkan harga, yaitu: pertama, memilih sasaran harga. Perusahaan pertama-tama harus memutuskan apa yang ingin ia capai dengan suatu produk tertentu. Jika perusahaan tersebut telah memilih pasar sasaran dan penentuan posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya, termasuk harga, akan cukup mudah. Misalnya, jika perusahaan kendaraan rekreasi ingin memproduksi sebuah truk mewah bagi konsumen yang kaya, hal ini mengimplikasikan penetapan harga yang mahal. Jadi strategi penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan yang menyangkut penempatan posisi pasar. Kedua, menentukan permintaan. Setiap harga yang ditentukan perusahaan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda dan oleh karenanya akan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap sasaran pemasarannya. Skedul

⁹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 76

permintaan menggambarkan jumlah unit yang akan dibeli oleh pasar pada periode waktu tertentu atas alternatif harga yang mungkin ditetapkan selama periode itu.

Hubungan permintaan dengan harga adalah berlawanan, yaitu semakin tinggi harga semakin rendah minat dan sebaliknya. Ketiga, memperkirakan harga. Permintaan umumnya membatasi harga tertinggi yang dapat ditentukan perusahaan bagi produknya. Dan perusahaan menetapkan biaya yang terendah. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutupi biayanya dalam menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual produk, termasuk pendapatan yang wajar atas usaha dan risiko yang dihadapinya. Keempat, menganalisis harga dan penawaran pesaing Sementara permintaan pasar membentuk harga tertinggi dan biaya merupakan harga terendah yang dapat ditetapkan, harga produk pesaing dan kemungkinan reaksi harga membantu perusahaan dalam menentukan berapa harga yang mungkin. Perusahaan harus mempelajari harga dan mutu setiap penawaran pesaing. Hal itu dapat dilakukan dalam beberapa cara. Perusahaan dapat mengirimkan pembelanja pembanding untuk mengetahui harga dan membandingkan penawaran pesaing. Perusahaan dapat memperoleh daftar harga pesaing dan membeli peralatan pesaing dan memisah misahkannya.¹⁰

E. Kerangka pikiran

Sudah merupakan ketentuan umum bila mana pemecahan suatu masalah diperlukan suatu landasan pemikiran. Hal ini diperlukan agar didalam pembahasannya tersebut mempunyai arah yang pasti dalam penyelesaiannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan satu variabel terikat yaitu kepuasan pasien dan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga.

¹⁰ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.171-186

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah M. Yunus Bengkulu.



Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesi 1: Diduga ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada Rumah M. Yunus Bengkulu.

Hipotesis 2: Diduga ada pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pasien pada Rumah M. Yunus Bengkulu.

Hipotesi 3: Diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien pada Rumah M. Yunus Bengkulu.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini mempunyai 2 variabel. Menurut Sugiyono pengertian variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.¹¹ Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu: yakni variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan harga pada Rumah M. Yunus Bengkulu dan Variabel terikat adalah kepuasan pasien.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pasien atau masyarakat yang datang ke Rumah M. Yunus Bengkulu. baik pasien yang datang berobat, maupun pasien yang datang hanya ingin

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2003), h.85

konsultasi tentang kesehatan dan pasien yang rawat inap. Yaitu sebanyak 30 orang atau pasien.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel secara *accidental*. Teknik pengambilan sampel secara *accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti.¹² Maka dari itu sampel yang di ambil adalah pasien yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sebanyak 150 orang atau pasien. Teknik ini dilakukan melalui penyebaran kuisisioner dimana Kuisisioner yaitu dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan yang diberikan kepada responden. Responden disini ialah kepada pasien Rumah M. Yunus Bengkulu atau kepada pasien yang sudah pernah mengunjungi Rumah M. Yunus Bengkulu baik berobat, rawat inap atau konsultasi masalah kesehatan.

Koefisien determinasi berganda (R^2) adalah estimasi proporsi variabel terikat kepuasan pelanggan, yang disumbangkan oleh variabel bebas, yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel harga. Bila $R^2 = 1$, berarti persentase sumbangan variabel bebas terhadap naik turunnya variabel tak bebas sebesar 100% dan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi variabel tak bebas, sebaliknya jika R^2 mendekati 0, berarti tidak dapat digunakan untuk membuat ramalan terhadap variabel tak bebas. Perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi dari variabel terikat.¹³

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F merupakan pengujian signifikan

yang digunakan untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan. Adapun Uji-F menggunakan langkahlangkah sebagai berikut:

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, h.85

¹³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif, Teoridan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001)

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4$, artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien.
- b. $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$, artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien.
- c. Kriteria pengambilan keputusan:
- d. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- e. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

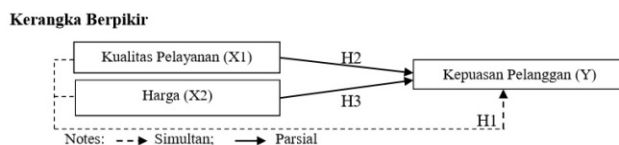
Pengujian uji t digunakan untuk menguji signifikan antara hubungan variabel X_1 , dan X_2 terhadap Y , apakah variabel X_1 dan X_2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y .

Uji t menunjukkan pengaruh signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Adapun uji-t menggunakan langkah sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien.
- b. $H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien.
- c. Kriteria pengambilan keputusan:
- d. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- e. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Dimana dalam penelitian ini menggunakan uji f Untuk Mengetahui berapa besarnya pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan.

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara 2 atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y) analisis ini untuk mengetahui arah antara hubungan independen dengan hubungan dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis
Sumber: Tinjauan Pustaka, 2015

Hipotesis

- H1 Kualitas layanan dan Harga diduga berpengaruh terhadap kepuasan pasien
- H2 Kualitas layanan diduga berpengaruh terhadap kepuasan pasien
- H3 Harga diduga berpengaruh terhadap kepuasan pasien

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, mengikuti pendapatnya itu:¹⁴

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Ket :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- β_0 = Intercept Y
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- β_1, β_2 = Koefisien Regresi
- X_2 = Harga
- e = Error atau sisa (residual)

G. Hasil Dan Pembahasan

Rekapitulasi hasil analisis korelasi dan regresi linier berganda selanjutnya dapat dilihat pada table berikut :

¹⁴ Freddy Rangkuti, *Creating Effective Marketing Plan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2001), h. 2

**Tabel 2. Hasil uji analisisregresi linear berganda
sumber: hasil olah data dengan menggunakan SPSS 16.0**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.076	.443		.171	.866
	KUALITAS PELAYANAN	.603	.128	.584	4.700	.000
	HARGA	.351	.119	.366	2.945	.007

a. Dependent Variable: KEPUASAN PASIEN

Berdasarkan Tabel 2 Diatas diketahui hasil perhitungan regresi yang diterjemahkan sebagai berikut :

Hipotesis 1: pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada Rumah M. Yunus Bengkulu. Nilai signifikan Kualitas pelayanan $0.000 < 0.05$ artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien .

Hipotesis 2: pengaruh harga terhadap kepuasan pasien yang berada di Rumah M. Yunus Bengkulu. Nilai signifikan harga $0.007 < 0.05$ artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien Rumah M. Yunus Bengkulu.

Selanjutnya Koofesien Determinasi sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil uji koefisien determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.678	.654	.36759

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

sumber: Hasil oleh data dengan menggunakan SPSS 16.0

Dari tabel 3 diatas diperoleh angka R sebesar 0.67 atau 67%. Nilai tersebut memberi pemahaman bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan pasien sebesar 67% sedangkan sisa nya sebesar 37% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji F
sumber: Hasil oleh data dengan menggunakan SPSS 16.0

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.667	2	3.834	28.371	.000 ^a
	Residual	3.648	27	.135		
	Total	11.316	29			

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PASIEN

Hipotesi 3: Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pasien pada Rumah M. Yunus Bengkulu.

Tabel 4. Menunjukkan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga maka dapat disimpulkan bahwa model dinyatakan cocok atau tepat, yang artinya kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Sehingga dari hasil perhitungan regresi pada Tabel 2. Diperoleh nilai $b_1 = 0.603$ dan $b_2 = 0.351$ dengan Persamaan regresi $Y = 11,316 + 0.603X_1 + 0.315X_2$ menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel independen tersebut. Konstanta (α) sebesar 11,316 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Pasien (Y) sebesar 11,316 satuan. Jika nilai b_1 yang merupakan koefisien regresi dari *Kualitas Pelayanan* (X_1) sebesar 0,603 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel *Kualitas Pelayanan* (X_1) bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Pasien (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,603 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai b_2 yang merupakan koefisien regresi dari *Harga* (X_2) sebesar 0.315 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel *Harga* (X_2) bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Pasien (Y) akan

mengalami peningkatan sebesar 0.315 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

H. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pasien. Dengan menggunakan pendekatan *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, yang bermutu sehingga menimbulkan kenyamanan dalam sebuah pelayanan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pasien

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak menggunakan suatu produk. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga, dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tetapi tidak sesuai dengan kualitas sesuai yang didapat kan harga maka akan mempengaruhi kepuasan pasien. Artinya setiap terjadi peningkatan atau penurunan harga mempengaruhi peningkatan dan penurunan kepuasan konsumen. Konsumen menganggap bahwa harga faktor yang memberikan kepuasan pasien.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien

Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien Rumah M. Yunus Bengkulu. Pengaruh Kualitas pelayanan lebih besar dibandingkan dengan harga. Hal ini terjadi karena Kepuasan pasien pada Rumah M. Yunus Bengkulu lebih mengutamakan Kualitas pelayanan yang baik agar mencapai hasil kepuasan yang baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syafi'I.

I. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dari hasil analisis sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian dapat menyimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan dari hasil analisis perhitungan menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
2. Berdasarkan dari hasil analisis perhitungan menunjukkan bahwa variable harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien
3. Berdasarkan dari hasil analisis perhitungan menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Subagyo, *Marketing in Business*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010)

Bambang Hartono, *Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

Fandy Tjiptono, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2008)

Freddy Rangkuti, *Creating Effective Marketing Plan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2001)

- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: IKAPI, 2014)
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif, Teoridan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002)
- Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2003)

